

## Література

13. Вельш П.Г. Экспертное исследование контрафактной продукции массового производства: проблемы и пути их решения [Текст] / П.Г.Вельш // Вестник Владимирского юридического института.- 2010.- №4(17).- С. 68-70
14. Грабченко А.И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смолвик Р.Ф. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.
15. К вопросу о контрафакте [электронный ресурс].- Режим доступа: [www.sibadvokat.ru/advokat/topics/k\\_voprosu\\_o\\_kontrafakte/](http://www.sibadvokat.ru/advokat/topics/k_voprosu_o_kontrafakte/)
16. Перерва П. Г. Антикризисний моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянський // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ. – 2010. – №2 (54). – С. 46–50.
17. Перерва П. Г. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / П.Г.Перерва, Н. П. Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій . – 2011. – № 4(1). – С. 55-66.
18. Перерва П.Г. Антикризисні інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика / П.Г.Перерва, А.В.Косенко, О.П.Косенко // Вісник Нац.техн.ун-ту "ХПІ" : зб.наук.пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 25. – С. 100-106.
19. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорелова. – Харків : НТУ «ХПІ», 2008. – 1080 с.
20. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
21. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г. Перерва, Н.П. Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – №4 (60). – С. 116-120.
22. Ткачев М.М. Экономика контрафакта в автомобильной промышленности / М.М.Ткачев // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования.- №1.- 2013.- с.165-176.
23. Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy.- London : Frontier Economics Ltd, 2011.- 61с.
24. Pererva P.G. Technology transfer [Text] / P. G. Pererva, G. Kocziszky, D. Szakaly, M. Somosi. — Veres-Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
25. Piracy impact study the economic benefits of reducing software piracy [Electronic resource]. - Mode of access: [http://ww2.bsa.org/country/Research%20and%20Statistics/~media/Files/Research%20Papers/IDC/2010/cp\\_ukraine\\_english.ashx](http://ww2.bsa.org/country/Research%20and%20Statistics/~media/Files/Research%20Papers/IDC/2010/cp_ukraine_english.ashx)

## ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКОЛІНЬ БЕНЧМАРКІНГУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Ткачова Надія Петрівна,  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки і маркетингу НТУ «ХПІ»

Проведені нами дослідження свідчать про те, що досить часто в літературі змішуються поняття конкурентний аналіз та бенчмаркінг, який розглядається як складова частина конкурентного аналізу. Подібна позиція, на

наш погляд, відображає тільки певний етап у розвитку бенчмаркінгу та надмірно спрощує і звужує завдання останнього на сучасному етапі. З часом бенчмаркінг перетворюється на регулярну і різноманітну діяльність спрямовану на вдосконалення різних аспектів бізнесу на основі виявлення та аналізу кращих практик не тільки конкурентів, але й компаній інших галузей. На перше місце в сучасних умовах виходить творча сторона бенчмаркінгу, заснована на регулярному моніторингу кращих ідей і результатів, у тому числі і в середині багатонаціональних компаній, з метою їх адаптації та розвитку власних конкурентних переваг [1, 2, 8].

Можна визначити наступні етапи (хвилі розвитку), які бенчмаркінг пройшов за термін з свого зародження до теперішнього часу [1-9]:

- *перше покоління* - концепції: порівняння продукту конкурента або будь-якої його частини з продуктом компанії. Менеджери японських компаній відвідували успішні компанії в США і Західній Європі на предмет вивчення досвіду управління та організації виробництва. Такий підхід проведення бенчмаркінгу, на наш погляд, відповідає концептуальним основам іншого, не менш популярного напрямку в діяльності промислових підприємств – інжинірингу;

- *друге покоління* - бенчмаркінг конкурентоспроможності або конкурентний бенчмаркінг - отримало розвиток як наука в 1976 - 1986 рр. завдяки діяльності фірми «Ксерокс». У 1979 році через різке зниження частки компанії на ринку копіїв, Херох реалізував ряд заходів з вивчення технічних характеристик продуктів конкурентів, а також ретельно вивчив і перейняв все найкраще з досвіду роботи конкуруючої компанії Fuji. У результаті - частка компанії на ринку копіїв суттєво зросла, а систематичне порівняння «себе» з конкурентами (бенчмаркінг) - став невід'ємною частиною стратегії компанії (Програма «Лідерство через якість» - Leadership through Quality) [8, 9];

- *третє покоління* - бенчмаркінг процесу або процесів бенчмаркінг - розвивається в 1982 -1986 рр., коли підприємства-лідери якості в своїй галузі розуміють, що вчитися більш доступно і більш ефективно в інших підприємств,

які не є прямими конкурентами, але використовують ті ж самі процеси і технології, але для виробництва інших (не конкуруючих) продуктів, які знаходяться поза межами даної галузі, що виявляється значно ефективніше, ніж пряме дослідження безпосередньо конкурентів;

- *четверте покоління* - стратегічний бенчмаркінг - розглядається як систематичний процес, спрямований на оцінку альтернатив, реалізацію стратегій і вдосконалення характеристик продуктивності на основі вивчення успішних стратегій зовнішніх підприємств-партнерів. На цей час оперативне вивчення прогресивних технологій та використання їх на своєму підприємстві не дає бажаного ефекту, так як діючі технології в своїй більшості вже пройшли свій зірковий час, виникає нагальна потреба бути хоча б на крок попереду, що стратегічно більш прийнятно;

- *п'яте покоління* - глобальний бенчмаркінг, розглядається як майбутній інструмент організації міжнародних обмінів з урахуванням культури і національних особливостей процесів організації виробництва, що стає особливо актуальним в умовах глобалізації світового бізнесу і виходу його за національні межі.

Наведена динаміка розвитку бенчмаркінгу, на нашу думку, на цей час представляється незавершеною. Як нам представляється, наявні в науковій літературі розробки щодо конкурентного бенчмаркінгу та його завершення в процесі проходження другого покоління (другої хвилі розвитку) бенчмаркінгу представляється не в достатній мірі обґрунтованими. На наш погляд, все що роблять бізнес-структури (підприємства, фірми, організації і т.д.) не може бути направлене на зменшення рівня їх конкурентоспроможності, на погіршення їх ринкової позиції, на послаблення рівня їх конкурентних переваг. Якраз навпаки, всі практичні дії бізнес-структур в галузі бенчмаркінгу спрямовані на те, щоб початковий стан підприємства став більш стабільним, більш конкурентоздатним після проведення будь-якої процедури бенчмаркінгу.

#### Література

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л.Азоев, А.П.Челенков — М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. — 256 с.

2. Перерва П. Г. Антикризовий моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, В.Л.Товажнянський // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ. – 2010. – №2 (54). – С. 46–50.
3. Перерва П. Г. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / П.Г.Перерва, Н. П. Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій . – 2011. – № 4(1). – С. 55-66.
4. Перерва П.Г. Антикризові інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика / П.Г.Перерва, А.В.Косенко, О.П.Косенко // Вісник Нац.техн.ун-ту "ХПІ" : зб.наук.пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 25. – С. 100-106.
5. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорелова. – Харків : НТУ «ХПІ», 2008. – 1080 с.  
Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
6. Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства / П.Г. Перерва, Н.П. Ткачова // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2011. – №4 (60). – С. 116-120.
7. Хорев А.И., Бурлаков С.Н. Теоретические аспекты бенчмаркинга // Финансы, экономика, стратегия.- 2010.- №12.- С.11-16
8. Pererva P.G. Technology transfer [Text] / P. G. Pererva, G. Kocziszky, D. Szakaly, M. Somosi. — Veres-Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.